

УДК 658.8.013

Котула Віталій

Kotula Vitaliy

Науковий керівник: к.е.н., доцент Голда Н.М.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ

СФЕРИ ПОСЛУГ

RESEARCH OF COMPETITIVE POSITION OF SERVICE

ENTERPRISES

Вивчення конкурентної позиції підприємства на ринку послуг вимагає багато різних підходів до вирішення цієї проблеми. Зокрема, в першу чергу це залежить від маркетингового середовища, в якому перебуває підприємство сфери послуг, від зовнішніх і внутрішніх сил, які діють на нього. Найбільшою перешкодою у досягненні конкурентної позиції, виступають підприємства-конкуренти. Для більшої наглядності цього процесу доцільно скласти конкурентну карту, враховуючи наступні критерії:

– Вибір найближчих конкурентів. У список входять конкуренти, що роблять аналогічну продукцію, обсяг реалізації яких у натуральному і вартісному вираженні ближче усього до відповідного значення розглянутого підприємства. Такий підхід найбільш продуктивний при великій кількості конкурентів, коли на ринку панує переважно монополістична конкуренція. У цьому випадку висновки: будуть стосуватися поточних, позиційних переваг. Їх не можна поширювати на віддалену перспективу і тим більше будувати на їхній основі стратегічні плани.

– Вибір більш .могутніх конкурентів. Вибираються підприємства більш могутні у фінансовому відношенні, ринкова частка яких вище.

Звичайно це підприємства, що визначають характер конкурентної боротьби і мають, явні конкурентні переваги. Вивчення даних конкурентів дозволяє будувати моделі найбільш ефективного конкурентного поведіння на ринку і розробляти засоби їхньої реалізації.

– Вибір підприємств, що володіють значною сумарною часткою на ринку. Як правило, це найбільш представницька частина, що визначають основні тенденції і традиції даного товарного ринку. Аналіз на основі такої бази більш повний і трудомісткий. Він дозволяє деталізувати висновки щодо конкурентних переваг для різних кон'юнктурних ситуацій і розробляти широкий спектр дії як атакуючої, так і оборонного характеру.

– Вибір усіх діючих конкурентів у рамках географічних границь ринку дає можливість провести системний аналіз конкуренції в галузі за рахунок повноти і відображення складу розглянутих об'єктів. Результати аналізу можуть використовуватися для визначення стратегічних конкурентних переваг.

– Вибір усіх можливих конкурентів. Крім діючих підприємств у цю групу входять і потенційні конкуренти, що можуть у найближчій перспективі з'явитися на аналізованому ринку: споруджувані виробництва; підприємства, що не працюють у розглянутому бізнесі, але здатні перебороти вхідний бар'єр без істотних утруднень виробничої потужності, що можуть бути перепрофільовані на випуск даної продукції без значних витрат часу і ресурсів; фірми інноваційного характеру, що виявляють себе неординарними, важко передбачуваними діями; підприємства, для яких конкуренція на аналізованому ринку є логічним продовженням існуючого бізнесу; нові спільні виробництва.

Аналіз на основі такої інформаційної бази можна вважати повним, системним і трудомістким. Корисність використання того чи іншого з перерахованих прийомів залежить від особливостей кон'юктурної ситуації на ринку послуг і конкурентної позиції підприємства.